

# GRADIENT

JEROEN LAUSBERG (SIMPLICATE) EN JOOST JONGBLOED (GRADIENT)

## DIGITALE GROEIVERSNELLEERS VOOR B2B

SAMEN ONDERNEMEN EN SAMEN MET KLANTEN GROEIEN. VOOR GRADIENT IS HET DE BASIS WAAROP HET ALS DIGITALE GROEIVERSNELLER VOOR B2B-BEDRIJVEN OPEREERT. EEN GOED PRODUCT, EEN GOED VERHAAL ÉN VOORAL EEN PERFECTE MANIER VAN LEVEREN. KLANT ÉN PARTNER SIMPLICATE IS HIERIN EEN VOORLOPER.

Voor partners Dave Kruizinga, Peter Koonen en Joost Jongbloed voelt de hoge rating in de Emerce 100 mooi én onwennig. De ondernemers zelf zijn namelijk niet zo bezig met publiciteit; alle focus ligt op de klanten. Daaruit volgen vanzelf nieuwe klanten, zo is de filosofie. Maar samen met Simplicate heeft deze zichtbaarheid toch meerwaarde. Want Simplicate is zowel klant als leverancier van Gradient. “Wij kunnen onmogelijk alle eer zelf opeisen”, start Joost Jongbloed, CEO en co-founder van Gradient. “We groeien alleen dankzij de goede flow tussen klanten en ons bureau. Als er geen chemie is, wordt het niks. En Simplicate is een klant waarmee we daarbovenop een bijzondere samenwerking hebben.” Dus sluit Jeroen Lausberg, Head of Marketing bij Simplicate, aan.

### FIT

Gradient bestaat sinds 2012 en richt zich op B2B-organisaties. Met een unieke mix van contentmarketing, paid marketing en marketingtechnologie laat het zijn klanten duurzaam groeien via het digitale kanaal. Simplicate startte zes jaar geleden met crm en projectsoftware voor organisaties als accountantskantoren, architectenbureaus, onlinemarketingbureaus en consultancy. Gradient en Simplicate vonden de ideale fit met elkaar in 2019.

### SAMEN VERSNELLEN

Jongbloed: “Binnen onze office-automatisering misten we inzicht en grip. Simplicate biedt dit en zit softwarematig goed in elkaar. Het werkt simpel en geeft de juiste flow in onze bedrijfsvoering. Daarbij wilde Simplicate de groei versnellen en zagen we dus ondernemerschap voor onze beide >











## ‘SAMEN ONDERNEMEN. HET LEUKSTE WAT ER IS!’

> organisaties in de deal. Want ook qua cultuur sluiten we perfect bij elkaar aan.”

Voor Simplicate betekende de gespecialiseerde digitale B2B-marketingkennis en de transparante werkwijze de juiste versterking. “Informatie over en technologie voor B2B-marketing is weliswaar inmiddels zeer toegankelijk en betaalbaar, maar vervolgens sta je voor de vraag ‘hoe’ je die online marketing supereffectief gaat inzetten. Precies daar is de kennis en ervaring bij Gradient van onschatbare waarde”, vertelt Lausberg.

### STRATEGIE

Intussen ondernemen beide organisaties alweer twee jaar samen. Doorlopend wordt gestuurd op de groei van Simplicate. Volgens een vast recept voeren ze hiervoor maandelijks een *deep dive* uit met alle stakeholders. De hierin genomen besluiten vormen het vertrekpunt voor de executie en continue optimalisaties. “Goed met elkaar werken, betekent het delen van alle inzichten. Doorlopend. Zeker

voor ons als jonge organisatie is een open boek een voorwaarde”, vertelt Lausberg.

“En door beide 100% transparant te zijn kun je direct bijsturen, ook strategisch”, vult Jongbloed aan. “In de beginfase richtten we ons vooral op betaalde online-advertenties voor Simplicate, gericht op het oogsten van bestaande vraag. Dan kun je vrij eenvoudig opschalen. Dat is lekker groeien. Op basis van data zien we nu dat we een volgende fase ingaan. Hier is het, naast het oogsten, belangrijk om ‘demand’ te creëren bij doelgroepen waarvoor Simplicate in de toekomst een interessante optie is. Dit op gang krijgen vergt een langere adem, ook qua investeringen. Het is mooi het vertrouwen en de ruimte te krijgen om hierop te exploreren en samen te leren.”

### GROEI

Voor Simplicate zijn thought leadership en account based marketing belangrijke groeidrijvers. Hierin stappen zetten betekent veel sparen. “We doen veel zelf. Als SaaS-partij hebben

we qua marketing het nodige in huis. Maar voor onbekende onlinemarketingterreinen is Gradient onze partner. Zij nemen kennis mee vanuit de expertise die ze opdoen bij andere B2B-organisaties. Deze kennis brengen we in, waarmee wij onze basis steady neerzetten en doorontwikkelen.”

### VOORDELEN

De software van Simplicate op zijn beurt geeft Gradient inzicht in kernprocessen en daarmee de financiële en operationele gezondheid van het bureau. Jongbloed: “Het klinkt droog, maar de urenstaat is de thermometer van een urengevoerd organisatie. Je leidt er letterlijk alles uit af. Op welke klant gaat het goed? Op welke service? Tot op individueel niveau aan toe. Het vereist discipline en een veilige omgeving voor je medewerkers. Maar als het in orde is, haal je goud uit de ureninformatie. En met de integratie met onze andere tooling biedt Simplicate dat. Daarnaast is het natuurlijk prachtig dat ik Jeroen maandelijks een factuur kan sturen via zijn eigen software, haha.”

Zo behoren Gradient en Simplicate tot elkaars doelgroep. “Voor ons als klant is dit, naast hun kennis van de B2B-markt, een groot voordeel”, besluit Lausberg. <

